

Zu Besuch in Épernay

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

02/12/2019 Was macht eigentlich einen Champagner der Spitzenklasse aus? Eine Ausfahrt zu Moët & Chandon.

Sanft schlängelt sich die Marne durch das saftig grüne Tal, die kurvige Straße führt an gepflegten Weinbergen vorbei, die Steinhäuser in den beschaulichen Dörfern atmen Geschichte – nach Épernay sind es nur noch wenige Kilometer. Mit dem Porsche Panamera 4 E-Hybrid Sport Turismo erreichen wir die Herzschlagader der 23.000-Einwohner-Stadt im Nordosten Frankreichs, die Avenue de Champagne. Hier haben die berühmten Champagnerhäuser ihr Zuhause. Marken wie Heidsieck und Perrier-Jouët etwa. Die prächtigen Bauten aus hellem Stein gleich am Anfang der Straße gehören zum Haus Moët & Chandon, im Jahr 1743 von Claude Moët gegründet.

In dem kühlen Kalksteinkeller riecht es feucht, ein wenig modrig. Rechts und links des Ganges werden unzählige Flaschen in Regalen gelagert. Hier, tief unter der Erde, feilen sie am Ausbau des perfekten Schaumweins, vor allem an jener berühmten zweiten Gärung, die den Champagner ausmacht: ein Wein

mit Frucht, mit Struktur und jenem erfrischend-hedonistischen Element der Kohlensäure, das dem Champagner seine ganz spezielle Leichtigkeit beschert.

Schon bald nach Gründung begann die Familie Moët, die Mächtigen, Reichen und Schönen zu beliefern – auch weit über Frankreich hinaus: Im Jahr 1762 gingen die ersten Flaschen nach Russland, später in die USA, im 19. Jahrhundert dann auch nach Brasilien und China. Heute ist Moët & Chandon eine globale Währung für Genuss und Luxus, verewigt in Hollywoodfilmen wie Pretty Woman und Der große Gatsby. Erwähnt in Popsongs sowohl von Rapper Snoop Dogg als auch von der Rockband Queen. Tennisikone Roger Federer ist offizieller Botschafter des Hauses, und nicht zuletzt bei den Siegerehrungen in der Formel E stehen die großen Flaschen aus dem Hause Moët & Chandon für die obligatorischen Champagnerduschen bereit.

Zwar veröffentlicht das zum französischen Luxuskonzern LVMH gehörende Unternehmen, zu dem auch die Marke Dom Pérignon zählt, keine Mengenangaben. Angeblich aber wird sekündlich irgendwo auf der Welt eine Flasche des Champagnerherstellers geöffnet. Das entspräche gut 31 Millionen Flaschen Jahresproduktion – für ein Viertel davon reichen die 1.200 Hektar eigene Weinberge. Den Rest liefern auf Qualitätskriterien verpflichtete Winzer in Form der Grundprodukte Trauben, Most oder Wein zu, die man in Épernay weiterverarbeitet. Grundsätzlich können in der Champagne zwischen 8.000 und 10.000 Flaschen pro Hektar erzeugt werden.

Benoît Gouez, seit 2005 Kellermeister und damit Herr über den Geschmack, ist auf die Minute pünktlich. Gepflegter Dreitagebart, perfekt sitzender dunkler Anzug, weißes Hemd dazu passendes Einstecktuch, ein wacher Blick sowie eine angenehme Stimme, die es gewohnt ist, dass man ihr zuhört. „Unser Cuvée Impérial ist fruchtig, großzügig und elegant", sagt er. 60 Prozent der heutigen Produktpalette entfallen in der Kellerei auf diesen Champagner, der 1869 zu Ehren des 100. Geburtstags des einstigen Stammkunden Napoleon Bonaparte kreiert wurde.

Einen auffallend frischen Stil verfolgt Moët traditionell, die Aufgabe der Weinmacher ist es, ihn konstant zu halten. Dazu werden Weine meist aus drei Jahrgängen und weit über 100 Fässern zu einem Cuvée komponiert. Aktuell dominieren Weine aus dem Jahr 2016, hinzu kommen kleinere Anteile aus 2015 und 2014. Der Impérial etwa bildet dabei ziemlich exakt den Rebsortenspiegel im Anbaugebiet Champagne ab: ein gutes Drittel Pinot noir, eine Spur weniger Pinot Meunier plus 25 bis 30 Prozent Chardonnay. Er duftet nach hellen Blüten, etwas Pfirsich, die Frucht ist klar, die feine Perlung und reife Säure machen Lust auf den nächsten Schluck.

„Er ist", sagt Benoît Gouez, „ein Champagner für den Geschmack von vielen." Der Kellermeister hat aber über die Jahre nicht nur den Verkaufsschlager Impérial eindrucksvoll weiterentwickelt, sondern auch die exklusiven Jahrgangs-Champagner des Hauses. „Unser Vintage etwa ist für mich viel persönlicher. Er ist ein Champagner für Leute, die sich auskennen, gleichwohl Neues entdecken möchten und die die Besonderheit eines Jahrgangs schätzen." Beim 2012er Grand Vintage übersetzt sich diese Individualität in den Duft von Limettenschale, Aprikose und etwas Haselnuss, ultrafeine Perlung und eine präzise Struktur. Anders als beim Impérial stammen die Grundweine für den Grand Vintage vorwiegend aus Grand-Cru-Lagen, die Rebsorten allerdings variieren: Beim 2012er dominiert mit 41 Prozent der

Chardonnay, eine Regel sei das aber keineswegs, sagt Gouez. Um dem Vintage eine besondere Finesse zu verleihen, reift er etwa sechs Jahre lang auf der Hefe, der Impérial zwei. „Bei aller Komplexität des Vintage“, sagt Benoît Gouez, er lächelt: „Der Genuss steht stets im Vordergrund.“

Info

Text erstmalig erschienen im Porsche-Kundenmagazin Christophorus, Nr. 393

Text: Christian Arnold // Fotos: Patrick Gosling, Moët & Chandon, Bernard Cahier/Getty Images

MEDIA ENQUIRIES

Christian Arnold

christophorus@porsche.de



Patrick Gosling

patrick@beadyeye.tv

Bildunterschriften

Pfad: media/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Épernay, 2019, Porsche AG
Bildunterschrift: In Épernay sind die bedeutendsten Champagnerproduzenten zu Hause

Pfad: media/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Weinkeller, Épernay, 2019, Porsche AG
Bildunterschrift: Die Keller erstrecken sich über eine Gesamtlänge von 30 Kilometern

Pfad: media/Bilder/Bild_3.jpg
Titel: Épernay, 2019, Porsche AG
Bildunterschrift: Schon Napoleon Bonaparte wusste einen Moët & Chandon zu schätzen

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2019/sport-lifestyle/porsche-panamera-reise-epernay-champagner-moet-chandon-19399.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/29d1cd41-6be3-4d99-8d9e-c3a026c15330.zip

Externe Links
https://christophorus.porsche.com/de

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart